



Comunicato Stampa N. M006/13

San Donato Milanese, 21 gennaio 2013

**Campagna di lancio per la nuova MINI Paceman**  
**Un viaggio nella New York “by night”**  
**Al via “Design with Bite”, la campagna della MINI Paceman**  
**con un video on-line**

**Monaco di Baviera.** È iniziato il lancio della campagna crossmediale “Design with Bite” per la nuova MINI Paceman, con tre video online che offrono un assaggio iniziale delle caratteristiche di ogni canale – stampa, tv e web – che seguiranno. MINI incarna lo “straordinario”, rappresentando il divertimento e l’avventura come nessun altro marchio. Oggi il settimo modello della gamma MINI ha fatto il suo debutto ufficiale. E’ possibile vedere on-line gli spot TV più recenti, prima che siano trasmessi in televisione su scala mondiale nel mese di febbraio. La MINI Paceman fa il suo esordio cinematografico come prima Sports Activity Coupé del mondo nel segmento delle compatte premium - un segmento nuovo per MINI. Gli spot televisivi filmati sullo sfondo urbano di New York, uniscono emozionanti scene di guida con il tipico “sense of humour” di MINI. I video possono essere visualizzati online su: [http://youtu.be/urS\\_qrnz7rE](http://youtu.be/urS_qrnz7rE) <http://youtu.be/KmhFaRKYhwx> e <http://youtu.be/1SBhRfzKyRI> sul MINI Brand Channels [www.youtube.com/MINI](http://www.youtube.com/MINI) e su Facebook: [www.facebook.com/MINI](http://www.facebook.com/MINI). Altri elementi della campagna sono disponibili su: [www.mini.com/paceman](http://www.mini.com/paceman). Seguirà uno special dedicato ai social media alla fine di febbraio 2013.

**TV e stampa**

Lo spot TV di 30 secondi dal titolo “Street Attitude” presenta la MINI Paceman nel suo ambiente urbano. Gli spettatori seguono un giovane conducente alla guida di una MINI Paceman nel suo tragitto notturno verso casa, attraverso New York. Esce da un negozio di dischi e sale sulla MINI Paceman. Dopo una breve sosta in uno snack-bar asiatico, fa un giro elegante e sportivo per le strade e i vicoli della vivace città, passando per gallerie, bar alla moda e capolavori architettonici. Lo spettatore capisce dove è diretto il giovane solo quando la porta del garage si apre lentamente mostrando l’interno del suo loft. Perché non rendere la MINI Paceman parte del design dell’appartamento? Ci sono tre versioni dello spot con finali diversi.

Gli annunci e i manifesti pubblicitari sono ideati per creare il desiderio di un viaggio “by night” alla guida di una MINI Paceman verso destinazioni “unconventional” come club underground e negozi di design. Immagini urbane e slogan innovativi completano la campagna stampa, che sarà lanciata in tutto il mondo a partire da febbraio.

**Social media**

Per i fan della MINI Paceman sarà realizzata anche una nuova campagna sui social media alla fine di febbraio 2013. A questo proposito, la campagna “Discover your inner Paceman” utilizzerà filmati affinché gli utenti possano familiarizzare con la MINI Paceman in modo divertente. Il filmato “Urban Personal Test Drive” illustra

# MINI

## Comunicazione e P.R.

famosi punti di forza e highlights nascosti, dove l'intuizione è la guida principale, in un mondo interattivo on-line con la MINI Paceman. Gli utenti svolgono un ruolo attivo nell'evoluzione della loro avventura. L'uso della tecnologia HTML 5, che supporta funzionalità completamente nuove, come video e audio, e l'integrazione di diverse piattaforme di social media e applicazioni, consente meccanismi di controllo innovativi, aprendo nuove possibilità di interazione tra utenti - in linea con l'idea di comunità.

### Web special

Ora la MINI Paceman può contare anche su un proprio "web special" sui siti web nazionali di MINI: si può creare un'immagine personale 3D o Magic Eye, cliccando su una delle numerose caratteristiche tipiche della MINI Paceman, come i fari posteriori, il passaruota o la sagoma del tetto, e scegliendo un colore per l'esterno. Tuttavia, l'immagine rimane nascosta all'interno di un disegno che rivela la silhouette della MINI Paceman soltanto se lo spettatore lo osserva a lungo, concentrandosi. Queste immagini 3D auto-create possono essere condivise con gli amici tramite vari canali di social media, per stimolare la curiosità degli altri nei confronti degli elementi di design davvero unici della MINI Paceman. Magic Eye è ora disponibile su [www.MINI.com/paceman](http://www.MINI.com/paceman).

### MINI Paceman

Con il suo fantastico go-kart feeling e gli interni esclusivi tipici di MINI, la MINI Paceman rimane fedele al carattere distintivo e all'innovativo e inimitabile stile del marchio premium britannico. Con le sue potenti linee coupé aerodinamiche, l'ampio portellone posteriore e i suoi due sedili posteriori individuali full-size, questo settimo modello della famiglia MINI completa l'elegante sportività delle sue proporzioni con una nuova interpretazione degli interni firmati MINI.

Per ulteriori informazioni:

[www.youtube.com/MINI](http://www.youtube.com/MINI)

[www.facebook.com/MINI](http://www.facebook.com/MINI)

[www.MINIspace.com](http://www.MINIspace.com)

[www.pinterest.com/OfficialMINI](http://www.pinterest.com/OfficialMINI)

Per ulteriori informazioni contattare:

Maria Conti

MINI Comunicazione e P.R.

Telefono: 02.51610.710 Fax: 02.51610.416

E-mail: [Maria.Conti@bmw.it](mailto:Maria.Conti@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

# MINI

## Comunicazione e P.R.

### **Il BMW Group**

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 29 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2012 volumi di vendita di 1,85 milioni di automobili e oltre 117.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sette anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>